

01076 - CONSTRUÇÃO DE UM QUADRO DE REFERÊNCIA PARA A CONCEÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE MEDIAÇÃO DIGITAL EM INOVAÇÃO DE BASE TERRITORIAL

Oksana Tymoshchuk¹, Denis Renó², Paula Alexandra Silva³, Ana Margarida Almeida⁴, Maria João Antunes⁵, Luís Pedro⁶, Fernando Ramos⁷

1 Universidade de Aveiro/DigiMedia, Portugal, oksana@ua.pt

2 Universidade de Aveiro/DigiMedia, Portugal, denis.reno@ua.pt

3 Universidade de Aveiro/DigiMedia, Portugal, pags@ua.pt

4 Universidade de Aveiro/DigiMedia, Portugal, marga@ua.pt

5 Universidade de Aveiro/DigiMedia, Portugal, mariajoao@ua.pt

6 Universidade de Aveiro/DigiMedia, Portugal, lpedro@ua.pt

7 Universidade de Aveiro/DigiMedia, Portugal, fernando.ramos@ua.pt

Abstract. No presente artigo apresenta-se uma reflexão e análise sobre os processos que conduzem à promoção da inovação de base territorial, dando especial ênfase às estratégias de redes e de mediação digital que podem facilitar esses processos. Este estudo enquadra-se num trabalho de investigação mais abrangente desenvolvido no âmbito do programa CeNTER- Redes e Comunidades para a Inovação Territorial, que visa aprofundar o conhecimento acerca das condições que influenciam as dinâmicas de inovação de base territorial, promovidas pelas comunidades, tendo por alvo as áreas do Turismo e da Saúde e Bem-estar. Uma das dimensões em estudo está relacionada com o aprofundamento do papel dos média digitais na promoção dessas dinâmicas. O quadro de referência desenvolvido assume uma estrutura modular, organizada com base em agentes (cidadãos, comunidades, redes e entidades normativas) e em dinâmicas (registo e partilha de dados, interação e hipermediação). Este artigo tem como objetivo apresentar o resultado deste trabalho de investigação, com foco no racional metodológico adotado, na caracterização da estrutura do quadro de referência e na discussão da semântica e das principais relações dos respetivos elementos estruturais. Será dada ênfase especial à discussão do papel da função de mediação, particularmente no que respeita ao papel que os média digitais podem assumir enquanto instrumentos de criação de dinâmicas de mediação envolvendo os agentes dos processos de inovação de base territorial.

Keywords. Cidadãos, Comunidades, Inovação de base territorial, Mediação, Redes

1. INTRODUÇÃO

Os média digitais têm uma importância crescente na vida dos indivíduos, comunidades e organizações, reconfigurando a forma como as pessoas e as organizações interagem e se envolvem em movimentos sociais promotores de inovação de base territorial. Considerando a inovação de base territorial como um processo de interação entre agentes, que criam valor económico e/ou social a partir de recursos territorializados, o papel dos média digitais neste processo poderá estar relacionado com a facilitação das dinâmicas de inovação, potenciando a capacidade de organização e de ação dos cidadãos, quer de forma individual quer em rede²⁴⁶.

O desenvolvimento de redes, que se relacionam com o território e valorizam o conhecimento comunitário, é de grande importância para o processo de inovação territorial, devido à sua capacidade de sugerir propostas que “não se distanciem nem se desvinculem das particularidades locais” (Sampaio et al., 2008: 245). De acordo com Zambanini et al., (2014), uma rede consiste num conjunto de relações entre membros, que se estabelecem através das suas interações e necessidades. De acordo com os autores “uma rede não é uma simples soma de relações existentes, é uma forma de influência sobre cada relação, que existe nessa estrutura” (p. 40). O envolvimento das iniciativas de base comunitária, nestas redes, beneficia a mobilização do potencial endógeno regional e dos seus recursos, bem como do capital humano e das capacidades de inovação, para a promoção do desenvolvimento das economias locais.

Saliente-se que o termo “iniciativas de base comunitária” não pretende descrever uma estrutura institucional específica (Seyfang & Smith, 2007), mas sim a organização de ações em que entidades, comunidades e indivíduos são motivados a cooperar uns com os outros na procura de soluções mutuamente benéficas. Deste modo, as iniciativas de base comunitária promovem o desenvolvimento sustentável do território, gerando novas soluções *bottom-up* ajustadas à situação local e aos interesses e valores das comunidades envolvidas.

O desenvolvimento de uma iniciativa de base comunitária é um processo demorado e evolutivo, que, de acordo com Mulgan (2009), atravessa quatro etapas sucessivas: i) geração da ideia; ii) experiência da ideia num ambiente real; iii) germinação - um momento que consiste na construção das parcerias, na mobilização dos recursos, na definição dos caminhos e na seleção dos elementos cruciais para a iniciativa; iv) e desenvolvimento, no qual todas as possibilidades e implicações da ideia inicial ganham forma e visibilidade.

²⁴⁶ Este artigo foi elaborado no âmbito do Programa Integrado de IC&DT “CeNTER – Redes e Comunidades para a Inovação Territorial” (CENTRO-01-0145-FEDER-000002), financiado pelo Programa Operacional Regional do Centro (CENTRO 2020), PT2020.

O envolvimento das iniciativas de base comunitária no desenvolvimento do território pode fornecer às comunidades locais oportunidades reais de participação na tomada de decisões da vida social, económica, cultural e política da sua região (Malek & Costa, 2014). Deste modo, as iniciativas de base comunitária oferecem às populações a oportunidade de ter alguma influência efetiva sobre o seu desenvolvimento, promovendo a valorização da cultura local e da economia solidária.

Alguns estudos evidenciam que a comunidade local tem uma visão mais abrangente do “que vai, ou não, funcionar” dentro das suas condições locais, podendo deste modo acrescentar um valor potencial ao processo de democratização das políticas públicas, aumentando a consciencialização, a preocupação e o interesse pelas questões locais e regionais (cf., por exemplo, Timothy e Tosun, 2003). Tendo em conta a existência de várias visões sobre o conceito de comunidade, consideramos, neste estudo, a comunidade como um grupo de indivíduos que partilham afinidades, transformam e produzem informação e conhecimento e que – voluntariamente – promovem ações conjuntas, em ambiente físico e/ou virtual, que contribuem para o desenvolvimento de um território.

Uma característica das regiões inovadoras é a sua capacidade de criar ambientes que favoreçam a disseminação de informação, divulgação de conhecimentos, construção de aprendizagem organizacional e integração de competências, gerando, deste modo, um fluxo contínuo de inovação (Komninou, 2008). Neste contexto, os média digitais podem fornecer um importante contributo para o desenvolvimento do território, transformando a forma como as pessoas interagem, participam e colaboram na sociedade moderna.

O rápido desenvolvimento dos média digitais proporciona aos utilizadores a possibilidade de criar facilmente conteúdo e de o partilhar em rede, promovendo a sua transformação em participantes ativos na internet (Ribeiro, 2010). As ferramentas disponibilizadas *on-line* permitem aos utilizadores envolverem-se, não apenas na geração de novas ideias, mas também na construção colaborativa das várias soluções adaptadas às necessidades locais. Deste modo, podem ser criados novos campos de atuação para a comunicação, a autoexpressão e a colaboração, que facilitam a criação e o fortalecimento das comunidades e das redes locais, fomentando a participação e a colaboração entre os agentes envolvidos, nos processos de inovação territorial de base comunitária.

Os média digitais têm vindo a tornar-se, gradualmente, mais importantes em muitas dimensões no âmbito do Turismo e da Saúde e Bem-estar, especialmente na pesquisa de informação, no apoio à tomada de decisões, na promoção do turismo e no foco nas melhores práticas para interagir com os consumidores (Hjalager, 2010; Jesus, 2013; Pinto et al., 2016). Além disso, os média digitais permitem uma análise aprofundada de toda a informação partilhada, através de ferramentas de análise de *big data*, que facilitam a extração de informações a partir de grandes quantidades de dados produzidos, articulando contributos provenientes de diversas fontes de dados permitindo mapear a experiência de uso e os processos de tomada de decisão (Batty, 2013; Gani et al., 2016).

No âmbito do Turismo e da Saúde e Bem-estar, estas funcionalidades são cada vez mais valorizadas, uma vez que contribuem para um melhor conhecimento das características e do comportamento do turista, através da análise de pesquisas e partilha de conteúdos *online* (Encalada et al., 2017). Como referem estes autores, os próprios utilizadores tornaram-se geradores de informação, contribuindo para impulsionar as alternativas disponíveis no território. Os média digitais podem melhorar e aumentar a eficiência das políticas governamentais, ao mesmo tempo que aumentam a capacitação da própria comunidade local, promovendo o envolvimento com o território e o respeito pelas diversas *nuances* da identidade cultural dos locais, reforçando a diferenciação entre territórios (Encalada et al., 2017). É, assim, importante estudar o papel que os média digitais podem assumir enquanto instrumentos de criação de dinâmicas de mediação, que envolvam os agentes dos processos de inovação de base territorial.

A mediação é habitualmente entendida como o uso de um meio para comunicação e interação. De acordo com Almeida (2009: 16), a mediação representa um elo de ligação às conexões estabelecidas entre as ações sociais e as motivações (individuais/coletivas), facilitando assim os “[...] processos de interlocução e/ou interação entre os membros de uma comunidade, por meio dos quais os laços de sociabilidade são estabelecidos e alimentados.” Como refere Hjarvard (2015), a escolha do meio e a forma de mediação “podem ter um impacto considerável, não somente na forma e no conteúdo da mensagem, mas também na relação entre emissores e recetores e nas maneiras pelas quais eles são influenciados neste encontro comunicativo” (p.53).

De acordo com Castells (2007), a mediação digital é uma forma de comunicação mediada por computador. A mediação digital consiste em garantir a correspondência entre os recursos de informação do autor/produtor e as necessidades do utilizador/consumidor, permitindo selecionar e fornecer informação útil e pertinente ao utilizador que a procura (Ribeiro, 2010). No essencial, as funções de mediação devem estabelecer relações entre linguagens, estruturas de dados, representações lógicas e conceitos entre dois sistemas. A eficácia, eficiência e complexidade computacional da função de mediação dependem muito das características dos modelos de informação (expressividade, níveis de abstração, complexidade semântica, mecanismos de raciocínio, etc.) e das linguagens adotadas pelas entidades autor-consumidor (Rahm & Bernstein, 2001).

Este artigo centra-se na hipermediação que é assumida como sendo uma expressão que melhor exprime o grau de complexidade inerente à conceção de uma ferramenta digital de mediação comunitária. Quando falamos de hipermediações não estamos simplesmente a fazer referência a uma maior quantidade de meios e atores (Scolari, 2008);

a hipermediação consiste numa rede complexa de produção, troca e consumo de processos que acontecem num ambiente que é caracterizado por um sem número de atores sociais, média digitais e linguagens tecnológicas (Scolari, 2015).

Como referem Getto et al. (2011), a conceção de uma ferramenta digital de mediação comunitária deve começar por uma compreensão profunda dos modos de vida e dos valores da comunidade. Os autores revelam a pertinência de desenvolver soluções digitais a partir das práticas da comunidade, de forma a que estas sejam capazes de manter e alimentar processos de mediação comunitária, conectando as pessoas e beneficiando as atividades diárias da comunidade. Neste sentido, os autores concluíram, depois de vários estudos, que “a única maneira de garantir a mediação sustentável da comunidade é usar práticas e estruturas existentes como infraestruturas para a construção de novas soluções” (Getto et al., 2011: 160). Portanto, a compreensão do modo como ocorrem os processos de interação, articulação e liderança dentro das comunidades, bem como a construção e a difusão de conhecimentos e de inovações, são fundamentais para o desenvolvimento das soluções digitais direcionadas aos projetos de inovação de base territorial.

É neste contexto que se centra este artigo que tem como objetivo procurar estabelecer o quadro conceptual de suporte à concepção de estratégias que promovam a utilização dos média digitais como instrumentos de mediação estimuladores da inovação de base territorial, tendo a região Centro de Portugal como contexto de estudo e de intervenção.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo apresentado neste artigo procurou investigar e analisar dinâmicas de envolvimento cívico das populações e o seu potencial impacto na inovação de base territorial, no sentido de extrair pistas e recomendações para a criação e consolidação de estratégias de mediação e de criação de redes. Assim, emergiu a seguinte questão de investigação: como podem os média digitais fortalecer a relação entre os agentes das comunidades/entidades locais e promover a participação de todos os interessados no processo de inovação de base territorial?

Assumindo-se como um estudo exploratório, o projeto recorreu a uma metodologia de investigação mista e estruturada que envolveu várias etapas complementares, abaixo descritas.

2.1. Revisão sistemática e revisão narrativa de literatura

Numa primeira fase, foi realizada uma revisão sistemática da literatura científica, com o objetivo de fornecer uma visão geral dos estudos que relatam o uso da tecnologia digital para promover iniciativas de inovação territorial lideradas pela comunidade. Foram pesquisados artigos científicos publicados em texto integral, e indexados na base de dados Scopus, no período compreendido entre 2015 e a data de pesquisa (abril de 2018), em quatro idiomas: inglês, português, espanhol e francês.

Para esta pesquisa foram utilizadas as seguintes palavras-chave: i) comunidade (community), ii) mediação (mediation), iii) inovação (innovation), iv) tecnologias digitais/TIC (digital technologies/ICT), v) rede (network). Como resultado dos cruzamentos das palavras-chave, em conjuntos de duas, foram identificados 1312 artigos. Após uma primeira leitura dos resumos desses artigos, foram selecionados 78 artigos tendo por base os critérios de inclusão definidos: i) o artigo relata uma iniciativa liderada por uma comunidade; ii) é evidente que a iniciativa surgiu no seio de uma comunidade; iii) a iniciativa está alavancada num recurso do território, desde o conhecimento dos locais aos recursos naturais; iv) a iniciativa promove um produto ou serviço inovador. Os critérios de exclusão foram: i) data de publicação anterior a 2013; ii) evidência insuficiente de que se trata de uma comunidade organizada ou não é possível caracterizar a iniciativa, por exemplo, em relação ao seu nome, data de início, objetivos ou público alvo; iii) a iniciativa motivada e/ou financiada por agentes externos, ex. investigação de âmbito académico, ou governamental. iv) estudo não relativo a uma investigação primária, mas sim a revisões narrativas ou sistemáticas. Deste modo foram, no final, selecionados seis artigos que apresentam evidência científica e reflexiva relevante para o estudo.

A opção pela revisão narrativa, desenvolvida paralelamente com a revisão sistemática, teve como objetivo encontrar os conceitos comumente adotados pelos principais artigos publicados na Scopus sobre tais temáticas, além de comparar esses conceitos com conceitos teóricos reconhecidos nestas temáticas. Esta opção permitiu realizar também a revisão narrativa dos 78 artigos selecionados, com o objetivo de encontrar conceitos sobre redes, mediação digital e inovação de base territorial, temas fundamentais para o desenvolvimento das próximas etapas da investigação.

A síntese dos dados recolhidos e a avaliação da qualidade das evidências permitiram a redação de dois artigos, que apresentam os resultados da revisão sistemática e da revisão narrativa. Saliente-se que, para além da contribuição académica para a consolidação do conhecimento existente nos tópicos de investigação, estas duas revisões permitiram detalhar a estrutura teórica do projeto e as variáveis mais importantes a serem incluídas nos processos de desenvolvimento das soluções digitais, dirigidas à promoção de iniciativas de base comunitária, bem como identificar estudos que contenham análises similares noutros contextos internacionais.

2.2. Mapeamento de iniciativas inovadoras da Região Centro

Na segunda etapa foi realizado um mapeamento e uma amostragem de práticas inovadoras específicas da região Centro de Portugal, com foco nas áreas do Turismo e da Saúde e Bem-estar. Foram considerados os seguintes critérios de inclusão, para seleção de casos: i) ser um produto ou serviço inovador; ii) utilizar um recurso endógeno do território; iii)

envolver a comunidade; iv) ter três ou mais anos de existência; v) basear-se em modelo/dinâmica replicável; vi) ter impacto no território; vii) estar a ser desenvolvido na região Centro de Portugal; viii) promover o Turismo e a Saúde e bem-estar.

Como critérios de exclusão foram considerados: i) ser projeto/iniciativa de cariz individual e ii) não existirem dados totais, ou parciais, disponíveis, sobre a iniciativa. Nesta etapa foram mapeadas e caracterizadas 68 iniciativas, que contribuem para a dinamização da inovação na Região Centro de Portugal e desenvolvem a sua atividade nas áreas do Turismo e da Saúde e Bem-estar.

2.3. Benchmarking de redes sociais, aplicações e sítios web

Com base no mapeamento executado, considerou-se importante realizar o *benchmarking* das aplicações, sítios web e redes sociais de um conjunto de casos de estudo da região Centro de Portugal (Tymoshchuk et al., 2019, no prelo). Seguidamente, foi selecionada uma amostra de dez iniciativas com o objetivo de realizar o *benchmarking* das redes sociais. O fator diversidade influenciou os critérios de inclusão para selecionar as dez iniciativas, tendo sido escolhidas aquelas que apresentavam: i) diferentes tipos de presença *online* (com e sem sítio web institucional, páginas nas diversas redes sociais, aplicações) e ii) possuíam diferentes modelos de inovação (projetos *top-down*, *bottom-up* ou projetos de I&D).

A seguir, procedeu-se à definição dos principais indicadores de *benchmarking* das redes sociais e realizou-se uma análise quantitativa e qualitativa das dinâmicas desenvolvidas por essas iniciativas, nas páginas do Facebook, do Youtube e do Twitter. Esta análise abrangeu três dimensões: i) alcance: número de seguidores; autoria das publicações; ii) interação: frequência de publicações; número de gostos, comentários e partilhas; iii) conteúdo: conteúdo que incentivou um maior envolvimento de utilizadores; nuvens de palavras mais utilizadas. Para garantir uma base robusta de análise quantitativa foi utilizado o SentiMonitor²⁴⁷, uma ferramenta online de monitorização de redes sociais.

Na procura de construir uma visão mais abrangente acerca dos diferentes tipos de presença *online* e das estratégias de mediação digital a que as entidades/comunidades recorrem, na promoção das suas iniciativas, realizou-se também o *benchmarking* dos sítios web e aplicações que pertencem a estas entidades/comunidades. Esta análise abrangeu sete dimensões: i) elementos básicos, ii) interface do utilizador, iii) conteúdo informativo, iv) multimédia, v) interação e colaboração, vi) portabilidade, vii) estratégias de gamificação (Colby et al., 2017; Corrêa, 2017; Fonseca et al., 2012; Mosse & Whitley, 2009).

A análise dos resultados obtidos permitiu confirmar a importância das redes sociais e sítios web para a dinamização da inovação territorial, para o desenvolvimento das iniciativas regionais e para a promoção de projetos emergentes.

2.4. Entrevistas aos líderes de comunidades/entidades locais

Com o intuito de conhecer em profundidade as boas práticas inovadoras de base comunitária da região do Centro de Portugal e compreender o papel que as tecnologias digitais estão a desempenhar no processo de inovação territorial, foram realizadas entrevistas aos dinamizadores de quatro comunidades/entidades locais.

Com este propósito elaborou-se um guião de entrevista baseado na revisão de literatura e em duas fontes sobre uso de meios digitais, que serviram para inspirar a formulação de questões sobre a relação da comunidade com a tecnologia: o *Technology Readiness Index* (TRI 2.0), uma escala de avaliação de prontidão tecnológica (Parasuraman & Colby, 2015); e o Quadro de referência europeu para o desenvolvimento e compreensão da competência digital (DigComp 2.1) (Carretero, Vuorikari & Punie, 2017).

O guião de entrevista semiestruturada foi organizado em três dimensões principais, as quais foram decompostas em diversos indicadores: i) organização - aborda os aspetos organizacionais da comunidade, como estrutura, liderança, definição de objetivos estratégicos, flexibilidade e proatividade da rede comunitária (Bortolaso et al., 2013; Davis, 1989); ii) dinâmicas de mediação - visa averiguar as dinâmicas de mediação da comunidade e estratégias de mediação utilizadas para promover a colaboração, cooperação, interação e relacionamentos entre os membros (Davis, 1989; Graells, 2000; Verschoore & Balestrin, 2008); iii) papel das tecnologias digitais - examina as tecnologias que a comunidade utiliza com o objetivo de identificar as ferramentas, os recursos e as plataformas utilizadas, bem como a predisposição e as competências dos participantes no uso das tecnologias digitais (Lucas & Moreira 2017; Parasuraman & Colby, 2015; Wenger, White & Smith, 2009).

Este estudo contribuiu para uma visão analítica sobre as práticas de gestão das redes sociais, permitindo extrair recomendações para a consolidação efetiva de estratégias, que visem a promoção da capacidade de iniciativa e de empreendimento das comunidades locais e a valorização económica dos recursos endógenos.

²⁴⁷ <https://www.sentimonitor.com>

2.5 Grupos focais

Foram realizados, nesta etapa, dois grupos focais, com o objetivo de identificar a opinião dos participantes sobre as diferentes possibilidades de concretização do conceito "plataforma digital de suporte à inovação de base territorial" na área do Turismo e da Saúde e Bem-Estar.

O primeiro grupo focal foi realizado no dia 19 de outubro de 2018 e contou com a participação de sete representantes de seis iniciativas locais, de pequena dimensão, da região Centro. O segundo grupo focal foi realizado no dia 18 de janeiro de 2019 e contou com a participação de seis representantes de redes e iniciativas mais abrangentes geograficamente, envolvidos em projetos de inovação da região Centro.

A realização destes grupos focais permitiu conhecer melhor o modo como os média digitais estão a ser utilizadas pelas iniciativas, bem como compreender as perspetivas dos agentes locais em relação ao papel que estas tecnologias podem desempenhar no processo de inovação de base territorial. Os representantes das iniciativas comunitárias referiram a importância das funcionalidades de mediação da plataforma, nomeadamente: a ação intermediária junto das comunidades, o mapeamento das necessidades e recursos; a caracterização de públicos-alvo; a visibilidade das suas atividades; a captação de recursos e voluntários; o incentivo à realização de projetos em conjunto e a articulação com outras plataformas.

3. RESULTADOS

Os processos de apropriação e de uso de tecnologia têm sido investigados maioritariamente observando três dimensões - organização, dinamização e mediação das iniciativas de base comunitária -, e tendo em vista o aprofundamento do papel dos média digitais na criação e no suporte às atividades das redes, promotoras de projetos de inovação de base territorial. Vários estudos mencionam que, no processo de definição de estratégias de mediação, é essencial ter uma compreensão profunda da camada organizacional dessas entidades/comunidades (Getto et al., 2011; Wenger, White & Smith 2009). De acordo com Getto et al., (2011), a análise da estrutura organizacional deve incluir o modo como a iniciativa define as suas estratégias e objetivos, o tipo de liderança existente dentro da comunidade, a estrutura organizacional, a abertura a novas ideias e à criatividade.

A análise comparativa dos dados recolhidos no estudo realizado, permitiu concluir que grande parte das iniciativas de base comunitária, envolvidas no processo de inovação de base territorial, são realizadas por organizações sem fins lucrativos, sustentadas pela participação voluntária das populações, geridas por equipas de coordenação da própria comunidade/entidade. Neste sentido, para um bom funcionamento de uma iniciativa de base comunitária, é imprescindível que os membros e participantes se sintam envolvidos na organização, acreditem e se identifiquem com ela. Neste contexto é muito importante que as estratégias de mediação, implementadas pela comunidade/entidade, promovam relacionamentos baseados na transparência, na confiança e no respeito mútuo, aumentando os níveis de envolvimento das pessoas que fazem parte da organização.

A análise dos resultados obtidos e o conhecimento construído, a partir dos procedimentos metodológicos acima descritos, permitiram a identificação de aspetos pertinentes para a organização de comunidades/entidades de base comunitária, tais como: i) objetivos claros, definidos de forma coletiva; ii) uma liderança eficaz que vise promover a motivação e o crescimento da comunidade; iii) uma liderança partilhada; iv) metas imediatas bem definidas; v) uma missão e um bom discurso em que toda a comunidade/entidade acredita (Silva et al., 2018).

Os resultados deste estudo evidenciam ainda que, para uma iniciativa de base comunitária se transformar numa organização sustentável e bem sucedida, é importante que se apliquem estratégias de mediação que promovam: i) as relações interpessoais e de amizade entre os participantes, bem como a criação de empatia em várias dimensões; ii) uma relação de confiança interpessoal a fim de ter pessoas sintonizadas, envolvidas e comprometidas; iii) o respeito pelos recursos humanos e a valorização das diferenças individuais; iv) a valorização do trabalho voluntário, cuja diversidade e envolvimento devem ser fomentados; v) coerência entre as palavras e as ações, o que permite a construção de relacionamentos assentes nos pressupostos da confiança, da franqueza e da transparência.

Saliente-se que, para o desenvolvimento de uma entidade/comunidade é importante que a mediação digital assuma o papel de "uma mão invisível", ou seja um elemento integrante e interativo do sistema organizacional, que facilite a interação e permita a agregação da informação e uma gestão da comunicação adequada às necessidades e aos interesses dos participantes.

Importa referir que uma iniciativa de base comunitária não é uma estrutura estática: a sua organização transforma-se com o tempo, como resultado de vários fatores, tais como a chegada/perda dos participantes ou efeito de forças externas. Para a existência destas iniciativas é fundamental que os participantes estejam estimulados relativamente à missão que assumem, bem como envolvidos em constantes atividades, que favoreçam o crescimento da iniciativa e o seu crescimento pessoal (Bakker et al., 2011; Menguc et al., 2013). Como referem os autores, estas dinâmicas podem aumentar o potencial de sucesso da comunidade/entidade, permitindo que esta continue a desenvolver-se e a ajustar-se às necessidades e expectativas dos participantes, promovendo o envolvimento, a dedicação, a disponibilidade, a confiança e o espírito de mudança, aliados ao processo de inovação.

Verifica-se, portanto, que o elemento crucial para a definição das estratégias de mediação digital ou hipermediação das iniciativas de base comunitária é a compreensão das dinâmicas promovidas pela iniciativa, nomeadamente, o modo como a iniciativa promove a interação, o relacionamento e a coesão interna da comunidade, a colaboração e a construção partilhada do conhecimento, bem como a cooperação na resolução conjunta de problemas.

O estudo realizado permitiu identificar as seguintes dinâmicas/atividades, promovidas pelas iniciativas de base comunitária, que promovem a criação de sinergias entre os participantes e o desenvolvimento da comunidade/entidade: i) dinamização de diferentes atividades que têm significado para o território e envolvem os habitantes e agentes locais; ii) promoção de projetos emergentes, com o intuito de contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades locais; iii) relato e partilha de experiências e de boas práticas entre participantes e parceiros, com o intuito de replicação destas, nas suas atividades; iv) promoção de sessões de *brainstorming* criativo que envolvam os parceiros, reuniões regulares e momentos de formação; v) realização de *briefings* prévios com participantes e parceiros, acerca das atividades que estão a ser desenvolvidas, de modo a que todos estejam bem informados; vi) realização de momentos de reflexão e autoavaliação das atividades, a fim de se perceber o que correu mal e tentar melhorar numa próxima vez; vii) desenvolvimento de formações e sessões de esclarecimento para melhorar as competências de equipa e dos voluntários; viii) criação de redes e parcerias que envolvam habitantes/comunidades locais e outros agentes de desenvolvimento do território; ix) colaboração com as universidades e com as entidades públicas locais, como Câmaras Municipais e Juntas de Freguesia; x) criação de momentos de *networking* internacional e/ou intercâmbios com outras iniciativas.

O estudo evidenciou a existência de um conjunto de estratégias aplicadas por estas iniciativas, a fim de promoverem as suas atividades, com o intuito de as capacitar e de fomentar o empreendedorismo das comunidades locais, tais como: i) promoção de uma comunicação dinâmica e bidirecional, que permita a todos membros participar na definição/discussão de assuntos importantes para a comunidade/entidade; ii) promoção da construção colaborativa do conhecimento por meio de trabalho em rede; iii) capacitação dos participantes e dos habitantes locais através de momentos de formação (formais e informais); iv) incentivo aos participantes para tomarem iniciativas na promoção das diferentes ideias/atividades; v) partilha de responsabilidades entre participantes/voluntários, de forma a permitir-lhes ter uma noção clara sobre a sua função e o modo de a concretizar; vi) interesse em ativar novas parcerias e envolver os habitantes e agentes locais; vii) valorização de encontros presenciais e da comunicação “cara a cara”; viii) promoção da transparência dentro da iniciativa, a todos os níveis; ix) promoção da ligação com o território, através da valorização dos recursos endógenos da região e da consideração dos interesses da população local; x) abertura a novas iniciativas, com reforço do estímulo para novas ideias e para criatividade.

Os resultados do estudo atestam que a aposta das iniciativas na promoção de atividades atrativas e relevantes para as comunidades locais, são importantes para captar o interesse dos participantes e promover o impacto das iniciativas no desenvolvimento do território. As estratégias de incentivo aos participantes, para incrementar a sua proatividade e assumirem responsabilidades, demonstraram ser benéficas para a promoção de atividades, possibilitando a partilha de ideias e promovendo a colaboração dos participantes na implementação das mesmas.

Relativamente, ao papel das tecnologias digitais, observou-se que as iniciativas de base comunitária valorizam: i) o uso de tecnologias digitais e as plataformas *online*, como meio facilitador da comunicação e da colaboração entre os participantes; ii) o desenvolvimento de soluções tecnológicas (*sites* e *apps*) para melhorar a sua presença *online*; iii) o uso da tecnologia digital como uma estratégia não só para a comunicação, mas também para a promoção da inclusão digital dos cidadãos, que, por vezes, necessitam de ser incentivados, quer através de um apoio informal quer através de formação, a usar as tecnologias digitais.

Os dados recolhidos neste estudo reportam que as comunidades/entidades que atuam em zonas rurais ainda enfrentam vários desafios, nomeadamente na utilização efetiva das tecnologias digitais. Estes desafios estão relacionados com o facto de os participantes locais seniores terem dificuldades no acesso à Internet, baixo nível de competências digitais e falta de equipamentos tecnológicos (Renó, 2018).

Em suma, este estudo permitiu uma recolha aprofundada de dados acerca de como se desenvolvem e se estruturam as iniciativas de base territorial, quais são os seus valores e objetivos, quais as dinâmicas que promovem e quais as estratégias de mediação que utilizam. A compreensão e consideração destes fatores são cruciais para o desenvolvimento de soluções tecnológicas e para a definição dos mecanismos de mediação digital, direcionadas para as iniciativas de base comunitária.

3.1 Proposta de um Quadro de Referência para estratégias de mediação digital

No processo da concepção das estratégias de mediação digital, ou hipermediação, é importante entender que estamos diante de um processo de desenvolvimento do território, realizado nos contextos de prática e experiência das comunidades locais. A consolidação destas estratégias para a promoção de iniciativas de base comunitária é um enorme desafio, já que envolve iniciativas que atuam em várias áreas (turismo, saúde, cultura, ação social, etc.), com diversos tipos da estrutura organizacional (associações, federações, movimentos, etc.) e com diferentes níveis do desenvolvimento (geração e experiência de ideia, germinação ou desenvolvimento). Além disso, para o processo de inovação de base territorial é vital o envolvimento ativo dos diferentes agentes locais, como cidadãos, comunidades e redes, no desenvolvimento de diversas atividades. Estes processos podem ser acompanhados pela criação de parcerias com

instituições locais do setor privado e entidades públicas, com o objetivo de identificar problemas locais, promover atividades e/ou conceber projetos de resolução destes problemas, de forma conjunta (Hespanha, 2008).

Para uma melhor compreensão destes processos, importa clarificar que a atividade comunitária foi definida por Gois (1988) como um “processo coletivo pelo qual o indivíduo se apropria da realidade do lugar/comunidade, a transforma e aprofunda a sua consciência do mundo” (p.29). O autor defende, que a atividade comunitária pode anteceder a existência da comunidade, promover a sua criação, constituindo depois o vetor principal desta organização.

É a partir desta abordagem que se propõe uma nova leitura do processo de mediação digital, enquanto meio para a valorização da mudança intencional e promoção dos processos de inovação que decorrem nas comunidades locais. Neste sentido, o quadro de referência desenvolvido apresenta uma estrutura modular organizada com base nos agentes de desenvolvimento local (cidadãos, comunidades, entidades normativas e redes) e em iniciativas que promovem a inovação, através da realização de atividades concretas, interligados através de dinâmicas de mediação (partilha de informação, comunicação e hipermediação), como se pode observar na Figura 1. No contexto deste quadro de referência, as atividades podem ter naturezas muito diversas, desde um jantar comunitário até um evento de *networking*.

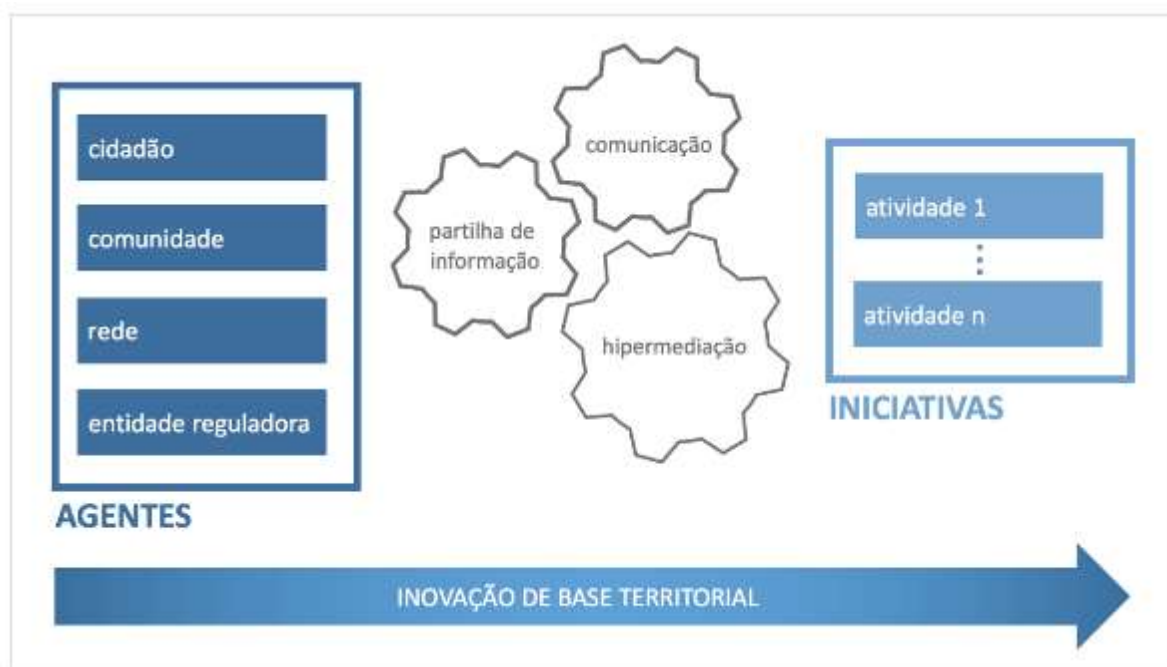


Figura 1: Quadro de referência

A síntese da toda a informação obtida neste estudo, permitiu definir três principais funcionalidades, que a hipermediação pode assumir no processo de promoção de inovação de base territorial:

- i) partilha de informação, que facilite o registo e a partilha de dados entre participantes, parceiros e público em geral, permitindo amplificar a visibilidade das iniciativas e das atividades e construir/fortalecer a sua “marca”;
- ii) comunicação, que promova processos de interação, cooperação e colaboração, permitindo, a cada iniciativa, orientar as suas atividades para a execução dos seus objetivos e crescimento da própria entidade/comunidade;
- iii) hipermediação dos processos de inovação, que estimule a criação, evolução e implementação de ideias inovadoras e a promoção de redes que beneficiem o envolvimento cívico das populações, em processos de desenvolvimento do território.

Deste modo, pretende-se criar um mecanismo de hipermediação que dê suporte à conceção de uma plataforma digital, posta ao serviço dos agentes de desenvolvimento local, que permita capitalizar a informação, a comunicação e a mediação das iniciativas de base comunitária. Saliente-se que é da máxima importância que esta ferramenta digital tenha significado para a comunidade e que a sua utilização seja algo que possa emergir das práticas das pessoas, ligando as atividades e as estruturas comunitárias (Getto et al. 2011).

4. CONCLUSÃO

O estudo descrito neste artigo procurou discutir os fundamentos para a proposta de um quadro de referência para a conceção de estratégias de hipermediação em inovação de base territorial. Este quadro de referência apresenta uma estrutura modular organizada com base em agentes e em dinâmicas de comunicação/interação, assumindo um papel fundamental na conceptualização e definição da plataforma, cujo foco principal é a hipermediação entre os diversos agentes envolvidos nos processos de inovação de base territorial.

No pressuposto de que esta proposta não esgota o tema, servindo antes como uma referência inicial para o seu desenvolvimento futuro, começamos por concluir que a hipermediação não pode ser vista como uma panaceia para todos os desafios enfrentados pelas iniciativas de base comunitária. A hipermediação, também não pode substituir, nem complexificar, nem limitar a mediação e as dinâmicas que decorrem na vida real, no contexto das iniciativas de base comunitária. Antes, deve reforçar o papel de catalisador da plataforma em desenvolvimento, permitindo que esta constitua uma ferramenta de incentivo das interações internas e externas, facilite os processos de comunicação e colaboração, beneficiando as estratégias de mediação já existentes e estimulando a criação conjunta de novas ideias/atividades.

Em síntese, consideramos a hipermediação como um mecanismo complementar, que pode colmatar lacunas de comunicação e interação identificadas entre os principais agentes dos processos de inovação territorial, para tornar as iniciativas mais abertas e para estimular o envolvimento dos cidadãos e a sua participação ativa nas atividades que promovem o desenvolvimento do território. É neste contexto que se revela o importante papel que, os média digitais podem ter na promoção de novos mecanismos de planeamento e gestão para um futuro sustentável do território com base no potencial da comunidade local e na valorização dos recursos locais endógenos.

REFERÊNCIAS

- Almeida, M. A. (2009). A produção social do conhecimento na sociedade da informação. *Informação & Sociedade: Estudos*, 19(1).
- Bakker, A. B., Albrecht, S. L., & Leiter, M. P. (2011). Key questions regarding work engagement. *European journal of work and organizational psychology*, 20(1), 4-28.
- Batty, M. (2013). Big data, smart cities and city planning. *Dialogues in Human Geography*, 3(3), 274-279.
- Bortolaso, I., Verschoore, J. & Antunes J. (2013). Práticas de gestão de redes de cooperação horizontais: proposição de um modelo de análise. *Contabilidade, Gestão e Governança*, 16 (3), 3-16.
- Carretero, S., Vuorikari, R., & Punie, Y. (2017). *The Digital Competence Framework for Citizens With eight proficiency levels and examples of use*. <https://doi.org/10.2760/38842>
- Castells, M. (2007). *A sociedade em rede* (Vol. 1). São Paulo: Paz e Terra.
- Colby, C., Parasuraman, A. & Mithas, S. (2017). *The Role of Digitally Rich Experiences in Satisfying Service Customers*. Paper presented at the Frontiers in Services Conference, New York, June 23, 2017. <https://pt.slideshare.net/ccolby/the-role-of-digitally-rich-experiences-in-satisfying-service-customers>
- Corrêa, C. H. (2017). Benchmarking Best Practices of the BRIC Nations: Study of E-Marketing in Tourism. In *Opportunities and Challenges for Tourism and Hospitality in the BRIC Nations*, 31-50. IGI Global.
- Davis, Fred (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-341.
- Encalada, L., Boavida-Portugal, I., Cardoso Ferreira, C. & Rocha, J. (2017). Identifying tourist places of interest based on digital imprints: Towards a sustainable smart city. *Sustainability*, 9(12), 2317.
- Fonseca, M., Campos, P. & Gonçalves, D. (2012) *Introdução ao Design de Interfaces*. FCA- Editora de Informática, Lisboa.
- Gani, A., Siddiqi, A., Shamshirband, S. & Hanum, F. (2016). A survey on indexing techniques for big data: taxonomy and performance evaluation. *Knowledge and information systems*, 46(2), 241-284.
- Getto, G., Cushman, E. & Ghosh, S. (2011). Community mediation: Writing in communities and enabling connections through new media. *Computers and Composition*, 28(2), 160-174. doi:10.1016/j.compcom.2011.04.006
- Góis, C. W. L. (2008). Psicologia comunitária. *Universitas: Ciências da Saúde*, 1(2), 277-297.
- Graells, P. M. (2000). Los medios didácticos. *Barcelona: Departamento de Pedagogia Aplicada, Facultad Educación, UAB*.
- Hespanha, P. (2008). Políticas Sociais: novas abordagens, novos desafios. Retrieved from <https://eg.uc.pt/handle/10316/10865>
- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism management*, 31(1), 1-12.
- Hjarvard, S. (2015). Da Mediação à Mídiatezação: a institucionalização das novas mídias. *Parágrafo*, 2(3), 51-62.
- Jesus, H. M. (2013). Paisagem, inovação e recursos turísticos das áreas rurais. O caso de Carregal do Sal. *Cadernos de Geografia*, 32, 175-185.
- Komninos, N. (2008). *Intelligent Cities and Globalisation of Innovation Networks*. (Routledge, Ed.). New York.
- Lucas, M. & Moreira, A. (2016). *DIGCOMP-Proposta de um quadro de referência europeu para o desenvolvimento e compreensão da competência digital*. UA Editora.
- Malek, A. & Costa, C. (2014) Integrating Communities into Tourism Planning Through Social Innovation, *Tourism Planning & Development*, 12(3), 281-299, DOI: [10.1080/21568316.2014.951125](https://doi.org/10.1080/21568316.2014.951125).
- Menguc, B., Auh, S., Fisher, M. & Haddad, A. (2013). To be or not to be engaged: The antecedents and consequences of service employee engagement. *Journal of Business Research*, 66, 2163-2170.
- Mosse, B., & Whitley, E. (2009). Critically classifying: UK e-government website benchmarking and the recasting of the citizen as customer. *Information Systems Journal*, 19(2), 149-173.
- Mulgan, G. (2009). *Social Venturing*. London: The Young Foundation.
- Parasuraman, A. & Colby, C. (2015). An updated and streamlined technology readiness index: TRI 2.0. *Journal of service research*, 18(1), 59-74.
- Pinto, M. A., Moscardi, E. H., & Nakatani, M. S. (2016) A informação turística na pesquisa em turismo: uma análise de artigos publicados na annals of tourism research In *X Fórum Internacional de Turismo do Iguassu*, Paraná.
- Rahm, E. & Bernstein, P. A. (2001) A survey of Approaches to Automatic Schema Matching. *The International Journal on Very Large Data Bases*, 10(4), 334-350.
- Ribeiro, F. (2010). Da mediação passiva à mediação pós-custodial: o papel da ciência da informação na sociedade em rede. *Informação e Sociedade*, 20(1), 63-70.
- Renó, D., Tymoshchuk, O., & Silva, P. (2018). Redes, comunidades e cultura digital: a inovação pela desconexão. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicacion*, 137, 189-205.

- Sampaio, C. A. C., Alves, F. K., & Falk, V. C. V. (2008). Arranjo socioprodutivo de base comunitária: interconectando o turismo comunitário com redes de comércio justo. *Turismo Visão e Ação*, 10(2), 244-262.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones – Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2015) From (new)media to (hyper)mediations. Recovering Jesús Martín-Barbero's mediation theory in the age of digital communication and cultural convergence, *Information, Communication & Society*, 18(9), 1092-1107.
- Silva, P. A., Tymoshchuk, O., Renó, D., Almeida, A. M., Pedro, L., & Ramos, F. (2018). Unravelling the Role of ICT in Regional Innovation Networks: A Case Study of the Music Festival 'Bons Sons'. In Conference on Smart Learning Ecosystems and Regional Development, 47-61. *Springer, Cham*.
- Seyfang, G. & Smith, A. (2007). Grassroots innovations for sustainable development: Towards a new research and policy agenda. *Environmental Politics*, 16(4), 584-603. <https://doi.org/10.1080/09644010701419121>
- Timothy, D. & Tosun, C. (2003). Arguments for community participation in the tourism development process. *Journal of Tourism Studies*, 14(2), 2-15.
- Trujillo, R., Caro, L. & María-Dolores, S. (2014). Análisis regional de las empresas turísticas on-line en España. *Cuadernos de Turismo*, (34), 335-349.
- Tymoshchuk, O., Renó, D., Almeida, A. M., Pedro, L., Silva, P. A., & Ramos, F. (2019, no prelo). Mediação digital para a inovação territorial: um estudo de caso múltiplo em redes sociais digitais. *OBS*Observatorio*, 13(4).
- Verschoore, J. & Balestrin, A. (2008). Ganhos competitivos das empresas em redes de cooperação. *Revista de Administração USP-Eletrônica*, 1(1), 1-21.
- Wenger, E., White, N. & Smith, J. (2009). *Digital habitats: Stewarding technology for communities*. CPsquare.
- Zambanini, M. E., Bresciani, L. P., Palmisano, A., Ettinger, T., & dos Santos, I. C. (2016). Inovação e desenvolvimento territorial: uma análise sobre São José dos Campos. *Ensaio FEE*, 37(2), 489-520. <https://revistas.fee.tche.br/index.php/ensaios/article/view/3123>